

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ПРОДУКТА В СФЕРЕ IT

Егорова А.Ю., студентка ТвГУ, г.Тверь

В современных условиях развития экономических отношений все больше исследователей видит цель исследований в том, чтобы дать экономическую интерпретацию понятия «творчество» и «интеллектуальный труд», а также предложить способы оценки стоимости продукта цифровых технологий, что является актуальной проблемой в эпоху Интернета.

IT и другие феномены постиндустриального общества заменили основу современных производств (творческий процесс замещает простой труд, нематериальное производство по объемам инвестиций достигает уровня материального).

По мере роста численности пользователей Интернет и увеличения объемов электронной коммерции растет интерес к Интернет-сайтам, программным продуктам и другим видам цифровых продуктов. Электронный бизнес сформировал новый экономический инструмент, благодаря которому организации получили возможность выхода на новые рынки сбыта с минимальными затратами и, как следствие, увеличения клиентской базы и их денежных потоков [1]. Растет спрос на рентабельный и качественный Интернет-сайт организации. С другой стороны продукты IT становятся не только инструментом, но и товаром, спрос на который постоянно растет. Объем рынка диджитал-продукции достиг 41,8 млрд рублей (2011 год), по данным Рейтинга Рунета. Продуктами на данном рынке выступает широкий спектр Интернет-сайтов, промо-страниц, онлайн рекламы, мобильных приложений, Saas, сайтов, ПО (программных обеспечений) и так далее.

Несмотря на увеличение количества исследований Интернет-среды, вопрос оценки стоимости цифровых продуктов практически не освещен в научной литературе. Некоторые исследования проводятся в рамках действующих компаний, а также среди профессионалов индустрии (выводы, основанные на практических данных можно найти на порталах habrahabr.ru и в других профессиональных сообществах).

Наиболее изучены подходы к оценке стоимости Интернет-компаний в рамках методологии оценки стоимости бизнеса (предприятия). Также широко освещены общие вопросы оценки стоимости нематериальных активов в целом и интеллектуальной собственности, интеллектуального капитала. Значительный вклад в решение проблемы оценки стоимости НМА и ИС внесли российские экономисты: Аксенов А.П., Асаул А.Н., Грязнова А.Г., Кныш М.И., Козырев А.Н., Кацман В.Е., Леонтьев Б.Б., Макаров В.Л., Мухопад В.И., Новосельцев О.В., Пуцин В.С., Рутгайзер В.М., Старинский В.Н., Супрун В.А и другие.

В исследованиях зарубежных ученых рассматриваются вопросы оценки стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности, однако, они зачастую неприменимы к российской практике.

В виду отсутствия информации и общепризнанных методов оценки продуктов цифрового производства, требуется решение множества актуальных вопросов, касающихся идентификации, определения факторов стоимости и выявления особенностей продукта IT как объекта оценки. Множество типовых свойств продукта IT в сфере Интернета включает в себя сайт – продукт, являющийся наиболее популярным в Веб-среде.

Основываясь на текущей нормативной базе, отечественной и зарубежной экономической литературе, можно сделать вывод, что сайт это сложный объект, который носит характер составного произведения (ст. 1260 ГК РФ). С точки зрения бухгалтерского и налогового учета, Интернет-сайт может быть учтен в качестве нематериального актива организации и отражен в налоговом и бухгалтерском учетах.

Позиция законодательства в области бухгалтерского учета по этой теме отражена в ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов». Согласно положению объект может быть принят к учету в качестве нематериального актива только при единовременном выполнении условий, прописанных в п. 3 ч. 1 этого документа. Также сайт является объектом исключительных авторских прав, что необходимо учитывать при его создании и использовании.

Таким образом, сайт - это нематериальный актив. В качестве объекта оценки он будет идентифицирован как набор исключительных прав на Интернет-сайт с доменным именем, хостингом, дизайном, программным кодом и контентом. Для оценки данного актива должна быть использована методология оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности.

Однако цифровой продукт имеет специфические свойства, а также факторы, влияющие на его стоимость. В них могут быть включены маркетинговые, SEO факторы и технические факторы, также важную роль играют факторы, зависящие от характеристик домена (доменного имени), хостинга, дизайна, верстки и программного кода.

Учет указанных групп факторов позволяет более детально идентифицировать Интернет-сайт как объект оценки, проанализировать влияние как внешней, так и внутренней среды на его стоимость, произвести оценку его стоимости в рамках трех классических подходов к оценке.

В рамках сравнительного подхода к оценке стоимости сайта должны быть учтены: доменное имя (количество символов, зона, расширение, наличие цифр, дефисов в написании), вид и сложность дизайна, программного обеспечения (наличие или отсутствие системы управления), элементы контента (текстовое и другие виды

наполнения - объем и эксклюзивность), вид Интернет-сайта, количество уникальных посетителей, величина коэффициентов: тематический индекс цитирования (ТИЦ), PageRank (PR).

В рамках затратного подхода к оценке стоимости Интернет-сайта важны такие элементы затрат как доменное имя, хостинг, дизайн, программное обеспечение, верстка, контент, реклама и SEO, необходимые для создания Интернет-сайта. Эти элементы позволяют использовать затратный подход при определении стоимости цифрового Интернет-продукта.

Также уже давно доказана практикой необходимость использования коэффициента конверсии в рамках метода стоимости создания. Он показывает долю достигнутых результатов (например, количество клиентов, которых привлекла промо-страница компании в Интернете) в числе общих уникальных посетителей. Коэффициент позволяет учесть в стоимости объекта затраты на замещение, связанные с текущей клиентской базой Интернет-сайта, так как цена продажи аналогичного продукта будет зависеть от его конверсии.

Библиографический список:

1. Супрун В.А. Интеллектуальный капитал: Главный фактор конкурентоспособности экономики в 21 веке. 2-е изд., М.:Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.
2. Плясова, СВ. Информационная база оценки стоимости интернет-сайта/Сборник материалов седьмого Международного научного конгресса «Роль бизнеса в трансформации российского общества-2012»-М.:Эконом - информ, 2012. - С. 229-233. - 0,32 п.л.
3. Фриман А., Феномен творчества в эпоху Интернет; материалы московского экономического форума 2013.; <http://me-forum.ru>
4. Методическое пособие по выполнению организационно-экономической части дипломных проектов по разработке и использованию программных продуктов/авт. и сост. Ю.Б. Сажин, С.В. Самохин; МГТУ им. Н.Э. Баумана; Издательство МГТУ, 2004.
5. Цивилизация рынка веб-разработки, Журнал «Интернет в цифрах», <http://www.in-numbers.ru/>